

MÁSTER

MÁSTER EXPERTO EN MARKETING TURÍSTICO

COC009



DESTINATARIOS

El máster experto en marketing turístico está destinado a empresarios, emprendedores, trabajadores o cualquier persona que esté interesada en adquirir conocimientos en el sector turístico. Permite conocer el análisis de la demanda turística, la demanda y el mercado turístico, la introducción a la oferta turística, el marketing en las agencias de viajes, el marketing y el mercado turístico, la dirección de marketing en las agencias de viajes, el plan de marketing, la publicidad en las agencias de viajes y las nuevas tecnologías.

MODALIDAD

Puedes elegir entre:

- **A DISTANCIA:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu domicilio el pack formativo que consta de los manuales de estudio y del cuaderno de ejercicios. Realizarás tu examen en el cuaderno de ejercicios que recibirás junto a tu material. Una vez lo finalices deberás enviarlo escaneado a tu tutor que procederá a su corrección en un plazo de 10 días.
- **ON LINE:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio. Realizarás el examen en el Campus Virtual.

DURACIÓN

La duración del curso es de 300 horas.

IMPORTE

IMPORTE ORIGINAL: ~~1520€~~

IMPORTE ACTUAL: 380 €

CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el "MÁSTER EXPERTO EN MARKETING TURÍSTICO", de la ESCUELA EUROPEA DE HOSTELERÍA, TURISMO Y RESTAURACIÓN, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP, AEC y AEEN, máximas instituciones españolas en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

1. Conceptos básicos sobre la demanda
2. Análisis de la demanda turística
 - Clasificación de la demanda
 - Demanda turística internacional y nacional
3. Pautas para investigar la demanda viajera
 - Fuentes y técnicas de recogida de información
 - Factores que determinan la evolución de la demanda turística
 - Parámetros básicos de la investigación
4. Segmentación de la demanda turística

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DEMANDA Y MERCADO TURÍSTICO

1. El entorno turístico
2. Consecuencias de la demanda turística
3. Demanda del mercado
4. Demanda: plan de acción
5. Proceso de segmentación de mercados

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN A LA OFERTA TURÍSTICA

1. Introducción
2. Clasificación de la oferta turística
3. Componentes de la oferta turística
4. Oferta y demanda: competitividad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Definición
2. Utilidades del marketing para la Agencia de Viajes
3. Proceso de marketing y marketing management
 - Proceso de marketing
 - Marketing management
4. Mercadotecnia y actividad turística
5. Planeación estratégica de Agencias de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARKETING Y MERCADO TURÍSTICO

1. El mercado turístico
2. Investigación de mercado
 - Investigación turística
 - Segmentación del mercado
3. Política de mercado
4. El producto turístico
5. El consumidor turístico
6. Análisis de motivaciones
7. Técnicas de motivación
8. Investigación motivacional

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DIRECCIÓN DE MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Función del marketing en la empresa
2. La dirección de marketing de Agencias de Viajes
 - Las funciones del director de marketing
 - Dirección y plan de marketing
3. El director de marketing como estratega
4. Objetivos de la gerencia

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PLAN DE MARKETING

1. Definición y ventajas
2. Características del plan
 - La misión y la cultura de la empresa
 - La elaboración del plan
3. Estructura del plan de marketing en las Agencias de Viajes
4. Etapas para elaborar un plan de marketing
 - Análisis de la situación
 - Diagnóstico de la situación
 - Definición de los objetivos
 - Estrategias
 - Planes de acción y presupuestos
 - Control del plan
5. El plan de promoción de ventas en las Agencias de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA PUBLICIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Marketing del producto turístico
2. Comercialización del producto turístico en las Agencias de Viajes
3. Competencia comercial
4. Precios y condiciones comerciales
5. Distribución del producto
6. Imagen y publicidad
7. Imagen de la Agencia de Viajes
8. Publicidad de la Agencia de Viajes
9. Publicidad y marketing directo

UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMUNICACIÓN: MARKETING Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

1. Definición y conceptos básicos
2. Dirección de comunicación
3. Plan estratégico de comunicación
4. Marketing cibernético y publicidad
5. E-Comunicación
6. E-mail marketing
7. La comunicación de destinos turísticos